

Formas de comunicación

Los estilos de comunicación principales son el **pasivo, asertivo y agresivo**, siendo aceptado que el asertivo es el más adecuado para establecer relaciones personales y comunicarse; sin embargo todos variamos nuestro estilo dependiendo de la situación en que nos encontremos.

Por ejemplo, si nos encontramos en un ambiente que nosotros consideramos inseguro como puede ser un trabajo nuevo, lo más seguro es que adoptemos un estilo de comunicación pasivo. Por el contrario, en el entorno familiar solemos adoptar un estilo entre agresivo y asertivo, debido a la confianza que este entorno nos genera.

Sin embargo, lo ideal en el ambiente laboral, es encontrar nuestro balance hasta adoptar un estilo de comunicación asertivo

Ejemplos de comunicación asertiva, pasiva y agresiva serían:

Comportamiento pasivo: tiene miedo de hablar o solo usa las mismas frases.

Comportamiento agresivo: interrumpe y expresa su opinión por encima de los demás.

Comportamiento asertivo: habla abiertamente.

Veamos el ejemplo dado por Adriana en el podcast: Ella quería descongelar una tarjeta que ella misma había congelado en la plataforma electrónica del banco, sin embargo, al llamar por teléfono, la agente lo único que le dice y repite constantemente es que para eso "tiene que ir al banco a la plataforma de servicios" (**Comunicación Pasiva**). Si bien a la agente realmente no le está permitido descongelar la tarjeta, hay mejores formas en la que se pudo haber comunicado, veamos:

Comportamiento asertivo: "Lamento decirle que para descongelar su tarjeta necesita ir a la plataforma de servicios del banco, desafortunadamente no puedo descongelar la tarjeta por este medio, ya que las políticas del banco no lo permiten, por la seguridad del cliente."

De esta manera, la explicación hubiera estado completa, y hubiera evitado la frustración que Adriana sintió cuando le dió una negativa, sin explicarle el porqué.



Comunicación efectiva

¿Qué es el método AIDA?

Este método describe las fases que sigue un cliente en el proceso de decisión de compra o convencimiento. El concepto AIDA es un acrónimo formado por los términos **Atención, Interés, Deseo y Acción** y puede ser utilizado en cualquier momento en que uno esté convenciendo a un cliente o usuario de su producto

Vamos a utilizar el ejemplo dado por Gio en nuestro podcast: Gio se mete en un restaurante desconocido con su mamá, y asumen que es un restaurante Chino, sin embargo, al pedir platos de comida china, el mesero se pone agresivo y les dice que eso es un restaurante Japonés, que si desean comida China pueden ir a otro lado.

Si el mesero hubiera sabido comunicarse de manera **asertiva, en lugar de agresiva**, no sólo hubiera atendido mejor a Gio y su mamá, sino que probablemente los hubiera convencido de probar la comida de su restaurante; veamos un ejemplo de AIDA bien utilizado:



Comunicarnos de la manera correcta, no sólo es más eficiente, sino que nos ayuda a retener y atraer a nuestros clientes, dándoles así el servicio que se merecen.

